英国Ebury出版社推出浪漫小说电子书系列

英国Ebury出版社近日推出了一个浪漫小说电子书品牌Rouge,同时还购买了这些浪漫小说纸本书的版权,旨在为其中最畅销的小说推出纸本书。

第一批8本电子书将于9月29日推出,今后计划每月推出4本。该系列共分6个领域:摄政期题材(英国1811~1820年期间)、历史题材、悬疑题材、当代题材、超自然题材以及特殊事件,每本书的售价不超过5英镑。

Ebury出版社编辑总监吉利恩·戈林表示,"为了让最先接触到这些电子书的浪漫小说读者爱上电子阅读,我们要为他们提供最优秀的浪漫小说。"9月29日,Ebury出版社还将专建一个网站www.rougeromance.co.uk,便于读者交流讨论以及进行评选。(陆 云/编译)

英国教育经费削减

出版商机遇挑战共存

■李 拓/编译

学校类型的多元化和政府教育开支的削减是英国出版商当前在教育出版上面临的两个巨大挑战。但是政府决策的变化也为出版商带来了机遇,如今,他们正在开动脑筋发掘新的增长点。

比如一些英国教育出版商纷纷试水APP应用软件开发。BBC公司、哈珀·柯林斯公司等大型出版商,以及百科全书公司、Coordination Group等中小出版商纷纷推出了自己的APP软件,供iPad、iPhone及Andriod智能终端用户使用。通过APP软件来学习知识、复习功课,也正在成为英国中小学生日渐流行的一种学习方式。

不过,在目前的英国中学教育出版市场,纸质图书仍然占据着最重要的位置。长期以来,学生对纸质教辅产品已形成自动的品牌认知。因此,短时期内,APP应用软件等电子产品还无法撼动纸质教辅的地位。

去年春天,英国出版商协会曾向出版界发出警告称:在2011~2012年间,政府会在一定程度上削减中小学教育的开支。而出版商协会下属教育出版商委员会(EPC)的调查显示,事实上,在今年的第一季度,英国出版商在教育领域的图书销售额呈现上升的态势。出现这一情况的原因是因为学校要在4月份把之前的预算花出去,因此4月份以后出版商的销售额才会随之降低。

教育出版商委员会的主任泰勒说,随着政府对学校的干预和关注减少,市场本身也在经历着巨大的多方位变化。到2013年,英国学校将引进一种新的课程模式,新的职业资格认证的变化也会带来新的机遇。明年对课程和资金使用情况的改革被寄予厚望,这被认为是一种打破现有藩篱的有效途径。泰勒补充说,在未来,政府将改变以往的模式,减少对教育的干预。但是,除了英语教学以外,"我们并不希望政府对教育事业缺乏前瞻性的战略。"

英语入门教育市场空间巨大

在英国出版商看来,今年和明年的英语入门基础教育市场有着巨大的潜力。从今年夏天起,英国政府就开始为每所学校提供大约3000英镑的配套资金用于相应的英语识记教学及教学方法的培训。泰勒说"这部分资金惠及1.6万所学校,每年的支出大约是50万英镑,两年共计100万英镑。我们坚信,这些学校会尽自己最大的努力来争取这部分资金,政府也会合理分配这部分资金。"这对于那些在英语识记领域投资的出版商来说无疑是个好消息。

对于出版商来说,另外一个比英语入门教育稍逊一筹,但具有市场潜力的市场是即将于9月份引进的新的普通中等教育证书(GCSE)科学考试体系。牛津大学出版社负责儿童教育业务板块的凯特·哈里斯说:"大部分的孩子都会选择两三门科学课,因此这个市场有巨大的发展空间。在过去的几个月里,我们已经出版了一些相关的资料。在未来的几个星期里,老师们也将进一步完善他们的想法,并采取适当的措施来授课。"

尽管在现阶段,预测销售额所受到的影响以及老师们将如何进一步修正这些资料还为时过早,但哈里斯依然持乐观的态度。哈里斯认为:"科学是地位非常高的学科,老师们也想进一步修正这些资料以适应新的规范。"由于这样的改革是一个为期两年的过程,因此这一预算的花费预计将持续到2012年。

除此之外,出版商们的关注重点还将放在预计从2013年开始在英语学校实行的为KS1年级到KS3年级的学生设计的国家课程上。首当其冲的课程是英语、数学、科学和体育课,其他的课程将于2014年开始引入。

英国政府已经承诺会尽量减少对国家课程的干预。泰勒期望政府能更多关注课程和课程的内容,而不是这个项目的具体细节。他说这样做"能使出版商围绕基本需求来提供支持,这样出版商也有更多的空间。"

很多学校也希望能采取英语学士学位考试的方法,这种方法能测试出学生是否达到了C级的水平,或者达到了更高的包括英语、数学、两门科学、一门语言、以及历史或者地理等多学科在内的跨学科的能力。这样的考试方法能促进语言教学的发展。哈里斯表示:"由于所需的音频和视频投入会耗费大量资金,因此,目前很少有出版商涉足这一领域。"她补充说,由于对14到16岁的学生来说,语言学习是一种非强制性的行为,所以学习语言的学生数目近几年呈现直线下降,"只在私立学校里,语言学习占据着优先的地位。因此,我们对于这一局势的改变寄予厚望。"

适应新教改出版商面临挑战

有人担心,普通学校向中专学院方向发展会影响到新课程实施的效果。泰勒警告说:"决议最后很可能使得一大部分普通中学转成不用实行国家课程的专科院校。"

今年5月,英国政府宣布,有1200个中学改制成了专科学院,因为这样学校可以获得更多的预算,并且能更自由地花费资金。此外,14岁左右的学生的职业教育也在经历一场变革。以前,政府为这一年龄阶段的学生设立了毕业文凭。这一届英国政府明确表示将用新的方式来取代之前的毕业证书,并且应该与今年夏天制定出的新的职业教育达到一样的标准。与此同时,政府也表示认可"任何规范的培训机构对14到19岁学生所进行的职业教育。"

尽管这一系列的变化会给教育出版社销售额的增长带来机遇,但是随着预算的收紧,教育出版商们依然面临着巨大的挑战。

泰勒表示,数字市场面临的挑战尤为明显。牛津大学出版社的哈里斯也说,"对于牛津大学出版社而言,离开了数字内容的支持,不可能取得新的重要发展。纸质出版和数字内容是相互补充的,纸质出版物在一些方面做得好,而数字内容则在另一些方面做得好。在我们的新科学项目中,数字内容几乎涵盖了整个领域的各个方面。"

随着牛津大学出版社获得词库数据协议,学生的电子词典也在经历着数字变革。哈里斯说:"这场变革已经在成人市场上发生了,现在儿童市场也在经历着这样的变革。"随着预算的削减和大量专业图书管理员的流失,学校图书馆的经费投入成了出版商们关注的另外一个话题。

出版商们认为,非小说类的书籍将会遭遇重创。阿歇特出版集团儿童图书事业部教育类产品销售经理克里斯·费奈解释说,自从2008年废除KS3分级标准以来,非小说类的销售额开始经历一年又一年不断的下降。他补充说:"在过去的18个月到两年之间,我们看到非小说类图书销售的重点正从聚焦于学科主题的严肃非虚构类作品,向一般的非小说类图书,诸如运动类、汽车类图书和名人传记等转变。

目前,在KS1和KS2年级,传统的学科式非小说作品影响正在减弱。费奈称,小学已经购买了许多话题性的图书,比如关于海盗和城堡的。"如果出版历史、地理或者科学这类一般性科目的书籍,情况将会变得更糟糕。"

尽管预算削减了,哈里斯依然对前景充满乐观。她认为,对于出版商来说,仍然会有新的利润空间。在学校预算减少的情况下,学校和出版商之间的联系也将更加紧密。出版商们需要采取新的行动去适应这种变化,诸如投入更多的精力在初中等教育出版上,说服更多的老师把他们有限的资金投入购买书籍上等等。

小社纸质教材活跃 大社纸版工具书重挫

■陆 云/编译

尽管有关纸本教辅将受电子产品冲击的预言满天飞,但英国各书店去年纸本教材和教辅资料的销售还是稳住了阵脚,根据尼尔森图书销售监测公司对英国零售店的数据统计,销售收入仅比2009年下滑0.2%至3490万英镑,与上年图书总销售下滑3.2%相比简直可以忽略不计。而中小学教材和教辅市场在今年前几个月甚至出现了强劲反弹,同比增长11%。

然而,这一强势增长更多地体现在小出版社的财务报表里,如Nelson Thornes以及Edexcel等出版社都有惊人的增长,Nelson Thornes出版社在连续8年销售增长的情况下,首度夺得销售冠军。去年该社学校用书销售达650万英镑,比2009年增长15%,比5年前增长110%。而哈珀·柯林斯和布鲁姆斯伯里则出现大幅下滑。

Nelson Thornes出版社最畅销的"Bond 11"系列在2010年大获全胜,该系列是为11岁以上学生准备的初中入学考试书系,其中最畅销的是《语言推理》第4版试题集。与2009年该系列试题集中有5本销量过万册的业绩相比,2010年该系列有17本试题集销量超万册,其市场表现的确可圈可点。

哈珀·柯林斯错失销售冠军,是因其Letts品牌中小学教材教辅销售下滑20%所致。与2009年12种学校教材销售过万册相比,2010年哈珀·柯林斯仅有两种教材教辅销售过万册。为此,哈珀·柯林斯Letts品牌推出了数字产品,在其网站上提供了可下载的播客以及应用软件,以弥补纸质产品销售下滑的损失。

柯林斯教育出版公司执行总监尼格尔·沃德表示,他们有多种数字产品都卖得很好,30%的收入是通过大众市场渠道取得的,其余70%是通过学校和国际市场实现。

Letts的劲敌Coordination Group,纸本教材教辅也非常活跃,该公司推出的Key Stages 2、Key Stages 3和普通中等教育证书考试的数学、英语复习指南已成为英国各个书店的必备图书。在2010年的Top 50教辅类图书榜单中均有上佳表现。

2010年有两家出版社销售翻番,一个是爱丁堡的Bright Red,另一个是培生旗下的Edexcel。Bright Red在今年3月第二次摘得了年度独立出版商协会教育出版商大奖,销售收入增长105%至90万英镑。Edexcel销售增长了110%,同样达到90万英镑。

布鲁姆斯伯里出版社似乎已经被远远地落在了后面,其销售连续6年下滑,首次跌破100万英镑。

在纸本教材销售活跃的同时,2010年纸质工具书类产品则遭受重创,销售比5年前下滑了1/3。2010年词典类图书连续第7年下滑,跌至最低点920万英镑。此类图书的各细分类别无一幸免地遭遇了下滑,其中同义语词典销售下滑24%,双语词典下滑13%,单语种词典下滑13%,儿童词典也下滑5%。

总体来说,大型出版社2010年在中小学教材教辅出版领域的销售都在下滑,其中牛津大学社下滑13%,哈珀·柯林斯下滑7%,阿歇特英国公司下滑22%。尽管市场呈下滑态势,但仍有不少图书表现不俗,如《牛津简明英语词典》售出1.3万余册,《当代英语简明牛津英语词典》售出8.7万余册,共有10部词典在去年销售超过10万英镑。柯林斯也有3部双语词典销售分别超过2万册。

■英国中小学教育出版观象

英国教育出版商

试水APP应用软件

■李 拓/编译

APP正成为主流学习工具

英国百科全书(Encyclopaedia)公司日前所做的一项涉及500个小学生家长的调查显示,这些家长非常支持教育的电子化。这项调查表明,五分之二下载了电子学习APP软件的家长们认为,他们孩子的课业表现提高了。超过一半的拥有小型电子设备的家长鼓励他们的孩子下载APP应用软件,以用于复习考试、写家庭作业、进行新的主题学习等。

对于百科全书公司自己来说,线上和移动设备市场已经占据了公司总收入的90%左右。因此,可以说,电子业务是一项非常重要的业务。该公司从去年9月就开始开发他们的儿童学习程序。

百科全书公司的新闻发言人霍夫纳称,他们已经在市场上投放了9个学习应用软件,并且开始打算设计适合中学生学习的APP软件。他们也在考虑开发复习指导以及更多的教育类的程序。

其他一些出版商也开始在电子版复习指导开发领域一试身手。哈珀·柯林斯已经在诸如播客、线上资源和应用软件等数字产品领域取得了一定的成就。他们最为成功的复习产品包括Letts GCSE复习播客、线上Lonsdale指导,尤其是普通中等教育科学和柯林斯修订版普通中等教育数学应用软件,这两个软件可以说是他们的明星APP产品。

哈珀·柯林斯的软件在苹果商城的"新成就"以及"热门产品"页面上一经使用就广受好评,并且经常能跻身苹果最畅销的十大教育类软件行列。公司的复习应用软件是作为印刷版本和线上资源的一种补充而独立存在的。

不过,在目前的英国中学教育出版市场,纸质图书仍然占据着最重要的位置。Coordination Group公司市场发展部经理理查德·豪说,出版形式的选择是受消费者需求影响的。因为纸质教辅过去一直和教材配套在学校使用,学生已经对这些纸质产品形成了自动的品牌认知,所以短时期内,APP应用软件等电子产品还无法撼动纸质教辅的地位。

理查德·豪也并不希望在不远的未来这样的情况发生巨大的变化。他说,"我们头脑中最先出现的学习新事物的方式还是以书面的形式写下来的,并且我们最能接受的阅读方式也是文本形式的。"

然而,他也承认,对于他们公司来说,要进一步加快变革的脚步。"我们注意到,孩子们受教育的方式正在经历着变化,他们更习惯于学习电子版的内容。在这样的挑战下,我们要想办法求存思变。"

APP增长迅速但占比仍小

哈珀·柯林斯的出版人安德鲁·弗里曼说:"一个学生很可能同时使用三种形式的资源。"弗里曼解释说,柯林斯公司大部分教辅类的产品依然是以印刷品的形式存在的,尽管电子版本的销售增长速度很快,但因为基数很小,所以目前依然只占很小一部分比重。弗里曼表示,并不是所有的APP软件都能收回投资成本,尽管有一些APP已经开始盈利。他说:"APP软件的定价都很低,但可以达到很高的销量,它们在扩大品牌影响力方面可以起到很好的作用。"

培生集团也在以其下属的公司品牌BBC Active来开发教育类应用软件,BBC Active是培生集团和BBC国际公司(BBC Worldwide)合办的一个合资公司。他们一共开发出9个可用于iPhone和iPod Touch的APP软件。这些软件以动画、小测验、补充备注等形式提供给学生包括重点数据在内的大量信息。涵盖的学习科目包括科学、地理、商业、历史、数学以及一些常规的学科。BBC Active公司打算进一步扩大业务范围,以覆盖更多的科目。培生集团还开发出了另外一种名为《爱德思考试倒计时》(Edexcel Exam Countdown)的软件程序,这一软件目前已得到来自市场的大量积极反馈。

出版商们打算开发出更多的独立运行的软件程序以及服务来支持他们其他的线上产品。这种产品概念能使得学生独立完成家庭作业、独立复习,并迅速得到反馈。培生集团的发言人说,向数字产品转变的趋势是非常明显的,数字产品的利润在一段时期内将持续增加的趋势是不可逆转的。尽管由于标准的不同,很难将数字产品和印刷品的利润分割开来,但是数字产品的贡献依然不可小觑。2010年,培生国际公司全球收入的大约44%来自于数字产品及服务。毫无疑问,2011年,教育类数字产品的销售比重一定会继续增长。

●外资出版商在中国

外资出版商启动中国本土数字产品研发

威科发布首个中国本土化产品"威科先行法律信息库"

商报讯 (记者 何 柏)9月22日,荷兰威科集团在京召开新闻发布会,推出该集团首个中国本土化产品——"威科先行法律信息库"(China Law & Reference)。威科集团从2007年开始部署中国法律产品策略,先后构建了强大的本土技术和内容团队,在大量客户调研工作的基础上推出了"威科先行法律信息库"。该信息库运用先进的智能信息技术平台,集法律法规、案例、新闻、国际条约于一体,并整合了威科全球与中国相关的中英文法律题材的实务指南,内容涵盖精加工的法规评述、系统的操作指导、权威的专家建议、便捷的实用模板工具和极具参考价值的文书范本等。

"威科先行法律信息库"收录了自1949年至今,从中央至31个省市自治区的所有法规,重点城市深入至县级,还包括征求意见稿、草案及官方法规解释,法律、案例的数量近百万,并及时更新。信息库采用专业工具实时监控相关新闻,每日新闻速递直达客户邮箱,并可按需选择中英文语言。信息库特别强调翻译的精准性,由拥有多年翻译经验的权威专家组成翻译团队,层层把关,替客户省去大量校对时间和翻译成本。

在功能方面,信息库采用简单的单库搜索设计,带给用户谷歌式的搜索感受。对于法规、案例、新闻都设有强大的多维度搜索分类导航,可在数秒钟内实现层层过滤,快速缩小搜索范围。威科先行运用标签云技术,将热门词汇设置成标签,合理联想研究需求,轻松引导搜索。

威科集团中国首席执行官张莎莎在发布会上表示,"威科先行法律信息库是威科集团在中国的首个本土化法律信息产品,是威科集团实施本土化策略的重要里程碑,今后威科还会不间断地推出本土化产品,不仅仅局限在法律法规范畴,还会涉及人力资源、财税与会计、金融与合规服务、医疗卫生与医药解决方案领域。"

威科集团1985年进入中国市场,随着中国经济的飞速发展,威科越来越注重在中国市场的表现。在过去的几年中,威科与中国的重要合作伙伴积极展开"走出去、引进来"的战略合作,在将中国优秀的法律出版物带入世界的同时,不断开发中国市场,除了将国外有价值的产品带入中国,进行本土化改造之外,还专门针对中国市场推出符合当地市场需求的本土化产品。